



## RÉSULTATS ANNUELS 2020

### Une transition réussie

Orléans, le 10 mars 2021 à 18h00 CET - Mr.Bricolage SA, fédérateur du commerce indépendant de proximité pour l'embellissement de la maison et du jardin présente ses résultats consolidés pour l'année 2020, arrêtés par le Conseil d'administration réuni ce 10 mars 2021. L'année 2020 est marquée par une forte progression du volume d'affaires des réseaux du Groupe (+11,5 % à surfaces courantes et +11,7 % à magasins comparables). En France, ces performances (+11,2 % à magasins comparables) largement supérieures au marché (+4,8 %<sup>1</sup>), se traduisent par une hausse du chiffre d'affaires de l'activité "Services aux réseaux" et un redressement probant des marges opérationnelles. Ces résultats s'appuient avant tout sur le recentrage du Groupe sur son activité cœur de métier, fruit de la mise en œuvre du plan Rebond et témoignent du succès de la stratégie déployée par les équipes ces quatre dernières années, dans un contexte de marché porteur en 2020.

*« Nous avons finalisé cette année notre plan stratégique REBOND initié en 2016 et traversons cette période de crise sanitaire grâce à l'agilité des équipes et la constance du travail collectif. Les résultats que nous présentons aujourd'hui soulignent la pertinence de la feuille de route et l'efficacité des décisions parfois difficiles que nous avons prises ces dernières années. Grâce à la croissance des réseaux et à la mobilisation des adhérents en faveur de l'enseigne Mr.Bricolage, le redimensionnement du Groupe a pu s'opérer en maintenant la croissance de notre cœur d'activité, Services aux réseaux. La stratégie REBOND constituait la réponse adaptée au diagnostic posé pour relancer le développement du Groupe et de ses réseaux en s'appuyant sur des bases économiques et financières refondées. Dans un marché de la rénovation et de l'embellissement de la maison porteur, nous avons pleinement bénéficié de l'optimisation de notre organisation et accéléré notre retour à une croissance rentable. Dans cette période complexe, je suis particulièrement fier du travail accompli, permis par la mobilisation de grande ampleur des adhérents-entrepreneurs de notre réseau ainsi que par celle des collaborateurs du siège qui ont mis leurs talents et compétences au service de la modernisation du Groupe. Nous avons aujourd'hui en main tous les atouts nécessaires pour continuer à réussir ensemble autour d'un projet stratégique commun et renforcer notre positionnement de leader de la proximité sur notre marché. »* a commenté Christophe Mistou, Directeur général du Groupe Mr.Bricolage.

---

<sup>1</sup> Indice "Grandes Surfaces de Bricolage" décembre 2020 : cumul annuel en valeur : + 4,78 %, en volume : + 3,81 %.

## I - FAITS MARQUANTS 2020

### 1. Solide croissance du volume d'affaires et développement du réseau

Au 31 décembre 2020, **les réseaux adhérents et affiliés en France et à l'international comptent 854 magasins, contre 778 à fin décembre 2019. Ensemble, ces magasins représentent un volume d'affaires global d'environ 2 195 M€, en hausse de 11,5 % à surfaces courantes et de 11,7 % à magasins comparables.** Sur l'année, le Groupe enregistre un solde net de 76 nouveaux points de vente, dont 9 pour l'enseigne Mr.Bricolage. Renforcés ces dernières années dans le cadre du plan REBOND, les réseaux bénéficient également de l'arrivée de 64 nouveaux affiliés et 3 magasins sous enseigne Les Briconautes. Ce développement des points de vente adhérents et affiliés, soutenu malgré l'attentisme lié à la crise sanitaire, conforte l'ambition de dépasser les 1000 points de vente à horizon 2028.

**En France**, les réseaux du Groupe Mr.Bricolage totalisent 783 magasins au 31 décembre 2020 contre 708 au 31 décembre 2019, soit un solde net de 75 nouveaux points de vente. Sous l'effet conjugué de la stratégie REBOND, de l'accroissement du nombre de magasins modernisés (« *concept 4 piliers*»), et de l'engouement des consommateurs pour la rénovation et l'embellissement de leurs lieux de vie, **le volume d'affaires des adhérents et affiliés en France, à 1 896 M€, surperforme le marché de près de 7 points, en hausse de 11,2 % à magasins comparables et de 11,7 % à surfaces courantes.**

Le volet **international** de REBOND a également porté ses fruits. Avec 71 magasins hors de France répartis dans 10 pays, le réseau international recouvre son étendue de 2016, sur des territoires plus cohérents, qu'il s'agisse de l'organisation de la logistique ou des potentiels de marchés. Et ce, notamment sur le continent africain où l'enseigne déjà présente dans 4 pays a bénéficié de l'ouverture d'un premier magasin de 1 019m<sup>2</sup> au Gabon (Port-Gentil), et d'un huitième magasin de 625m<sup>2</sup> au Maroc, à Casablanca. **A l'international, l'enseigne Mr.Bricolage génère un volume d'affaires de 294,5 M€ en hausse de 12,2 % à surfaces courantes et de 14,5 % à magasins comparables.**

Avec une stratégie qui met la fréquentation des magasins au cœur du modèle économique et privilégie notamment le *click & collect* (retrait 2H), **les ventes e-commerce** affichées ne sont pas représentatives de l'activité commerciale générée grâce au *web* qui est intégrée au volume d'affaires des magasins en France, et qui tiennent également compte de la fermeture du site *Le Jardin de Catherine* fin 2019. Avec 95 % des magasins Mr.Bricolage connectés à la plateforme e-commerce, et une hausse de 45 % du nombre de visiteurs uniques, la stratégie du Groupe orientée *Web-to-store* a largement fait ses preuves en 2020, notamment pendant les périodes de confinement au cours de laquelle les équipes du digital se sont mobilisées pour accompagner les adhérents et dimensionner la plateforme e-commerce afin de faire face à la hausse du trafic. Ainsi, les ventes générées sur le site Mr.Bricolage.fr ont doublé et le retrait 2h a quadruplé en 2020 par rapport à 2019. Un travail approfondi sur la *Vision client 360* a également été initié en 2020 et se poursuit.

<i>Volume d'affaires TTC en M€</i>	<i>Nombre de magasins</i>	<b>31.12.2020</b>	<i>Variation à surfaces courantes</i>	<i>Variation à magasins comparables</i>
<b>Ventes en magasins</b>	<b>854</b>	<b>2 190,1</b>	<b>+11,7%</b>	<b>+11,7%</b>
- France <sup>2</sup>	783	1 895,6	+11,7%	+11,2%
- International <sup>3</sup>	71	294,5	+12,2%	+14,5%
Ventes e-commerce <sup>4</sup> (hors <i>click-and-collect</i> )	-	4,6	-45,9%	NA
<b>Total</b>	<b>854</b>	<b>2 194,8</b>	<b>+11,5%</b>	<b>+11,7%</b>

<sup>2</sup> Dont 306 magasins sous enseigne Mr.Bricolage, 107 magasins sous enseigne Les Briconautes et 370 magasins affiliés sous enseignes indépendantes.

<sup>3</sup> 71 magasins sous enseigne Mr.Bricolage dans 10 pays : Andorre (1), Belgique (44), Bulgarie (11), Chypre (1), Côte d'Ivoire (1), Gabon (1), Macédoine (1), Madagascar (1), Maroc (8), Maurice (2).

<sup>4</sup> Le poste "e-commerce" intègre les ventes livrées à domicile et les ventes retirées dans les magasins Mr.Bricolage (hors *click & collect*).

## 2. Finalisation du plan de cessions des magasins intégrés et recentrage sur l'activité "Services aux réseaux"

Le Groupe a finalisé au 20 juillet 2020 le recentrage sur son activité cœur de métier *Services aux réseaux*. Ce recentrage était parmi les principaux objectifs du plan REBOND pour rétablir la situation financière du Groupe et se consacrer pleinement aux services à ses adhérents et affiliés. Cette année 2020 est la première à refléter les résultats du Groupe dans sa nouvelle configuration.

Pour mémoire, sur les 65 magasins intégrés que comptait le Groupe au 31 décembre 2018, 60 ont été repris, 50 d'entre eux par des adhérents Mr.Bricolage déjà engagés au sein du réseau et des nouveaux entrepreneurs désireux de rejoindre l'enseigne. Seuls 5 magasins ont été fermés. La reprise des magasins par les adhérents-entrepreneurs se déroulent dans de bonnes conditions, aussi bien dans l'intégration des équipes que dans l'évolution positive des indicateurs de performances.

A ce recentrage s'ajoute la mise en œuvre d'un plan de transformation de grande ampleur initié il y a deux ans pour accompagner collaborateurs du siège, adhérents et équipes magasins dans l'évolution de leurs métiers et de leurs compétences. Dès le début du 2<sup>ème</sup> semestre, l'organisation du travail pour les effectifs du siège a été revue en profondeur et offre aujourd'hui davantage de souplesse et d'autonomie aux collaborateurs dans la gestion et la réalisation de leurs missions quotidiennes.

## 3. Développement et performance du concept 4 piliers

Grâce aux solides performances obtenues rapidement dans les magasins où il a été implanté, le concept de magasin dit *4 piliers* (Entraide, Délivrie, Solutions Inventiv et Fonds de maison) séduit de plus en plus d'adhérents-entrepreneurs du réseau Mr.Bricolage qui choisissent de le déployer dans leurs points de vente. A ce jour, et malgré la crise sanitaire, 25 magasins ont installé ce concept qui incarne pleinement le positionnement de l'enseigne sur la proximité : leurs rayons surperforment les rayons des magasins non modernisés. Fort de ces bons résultats, une trentaine de projets de modernisation sont prévus pour l'année 2021.

## 4. Crise sanitaire liée au coronavirus

Tout au long de cette année marquée par la crise sanitaire, le Groupe Mr.Bricolage s'est organisé pour s'adapter aux besoins de ses réseaux et les accompagner avec réactivité dans la mise en place des mesures qui s'imposaient. Soutenus par une communication très régulière du Groupe sur le contexte législatif et l'évolution des consignes sanitaires, et par la continuité des services achats, logistiques et supports essentiels, les magasins des réseaux Mr.Bricolage ont bénéficié de leur proximité pour répondre à la forte demande des consommateurs désireux de prendre soin de leurs lieux de vie.

Ce niveau d'activité est le fruit du travail accompli depuis fin 2016 et de la mobilisation des entrepreneurs des réseaux. Il tient compte également d'éléments non récurrents qui ont favorisé les résultats du Groupe cette année : recours à l'activité partielle pendant le premier confinement pour la majorité des effectifs du siège, mise en œuvre généralisée du télétravail dès le printemps (réduction des frais généraux, de déplacements, etc.) et report d'une partie des opérations marketing prévues à l'occasion des 40 ans de l'enseigne. Le retour espéré à une situation plus ordinaire au cours de l'année 2021 devrait nécessairement s'accompagner d'une normalisation des dépenses opérationnelles. Et ce d'autant plus qu'une nouvelle organisation du travail, mise en place depuis septembre 2020 sur le long terme, propose à chaque collaborateur du siège éligible d'organiser sa présence dans les bureaux comme il le souhaite<sup>5</sup>.

## 5. Transfert sur Euronext Growth Paris

Suite à l'approbation de l'Assemblée générale du 22 janvier 2020, à la décision du Conseil d'administration du même jour et à l'approbation de l'Euronext Listing Board le 24 février 2020, l'admission des actions ordinaires de la société Mr.Bricolage sur Euronext Growth Paris a été effectuée le 24 mars 2020 sous le même code ISIN FR0004034320 et le mémo ALMRB.

---

<sup>5</sup> Chaque collaborateur siège éligible peut choisir de télétravailler entre 0 et 5 jours par semaine (hors contexte COVID) : cette disposition a fait l'objet d'une négociation avec les instances représentatives du personnel de MBSA et s'est conclue par la signature d'un accord au second semestre 2020.

## II – RÉSULTATS 2020

Les résultats audités ont été arrêtés par le Conseil d'administration du 10 mars 2021. Les rapports des Commissaires aux comptes sont en cours d'émission. Le compte de résultat 2020 ainsi que le résultat 2019 antérieurement publié ont été retraités, en application de la norme IFRS 5, pour permettre leur comparabilité à la suite du changement de périmètre lié à l'arrêt de l'activité Commerce.

Comptes consolidés simplifiés en M€	31/12/2020	31/12/2019	31/12/2019
		Publié	Retraité
Chiffre d'affaires consolidé *	274,6	247,1	265,3
- dont Services aux réseaux	274,6	213,9	265,3
- dont Commerces (activité abandonnée)	-	33,2	-
<b>EBITDA</b>	<b>35,7</b>	<b>27,6</b>	<b>28,7</b>
Résultat opérationnel courant	22,0	11,4	16,5
- dont Services aux réseaux	22,0	16,5	16,5
- dont Commerces (activité abandonnée)	-	(5,1)	-
Autres produits et charges opérationnels non courants	(0,3)	(21,0)	(3,5)
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>21,7</b>	<b>(9,6)</b>	<b>13,1</b>
en % du chiffre d'affaires	7,9%	-3,9%	4,9%
<b>Résultat financier</b>	<b>(5,0)</b>	<b>(6,5)</b>	<b>(5,5)</b>
Contribution des SME	2,8	1,0	1,0
Impôts sur les résultats	(1,4)	(1,0)	(1,6)
<b>Résultat après impôt des activités maintenues</b>	<b>18,0</b>	<b>(16,1)</b>	<b>7,0</b>
Résultat après impôt des activités abandonnées	(0,3)	(10,3)	(33,4)
<b>Résultat de l'exercice</b>	<b>17,7</b>	<b>(26,3)</b>	<b>(26,3)</b>
- dont quote-part du Groupe	17,6	(26,4)	(26,4)
- dont quote-part des minoritaires	NS	NS	NS

Chiffres d'affaires en M€	31/12/2020	31/12/2019	31/12/2019
		Publié	Retraité
<b>Chiffre d'affaires Services aux réseaux</b>	<b>274,6</b>	<b>213,9</b>	<b>265,3</b>
- dont Ventes de marchandises	191,8	145,3	190,4
- dont Ventes de prestations	82,8	68,7	74,9
Commerces (activité abandonnée)	-	33,2	-
Total chiffre d'affaires consolidé	274,6	247,1	265,3

### Chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires consolidé 2020, désormais constitué uniquement des activités Services aux réseaux, s'élève à 274,6 M€, affichant malgré la diminution des ventes à destination des magasins intégrés, une croissance de +3,5 % par rapport aux données 2019 retraitées. L'augmentation est permise par la croissance des réseaux de manière générale et en particulier :

- La hausse des ventes de marchandises du fait de la croissance des réseaux incluant les ex-magasins intégrés repris par le réseau, des changements de gammes, du développement de la marque propre Inventiv plébiscitée par les clients, et de l'ouverture des entrepôts aux points de vente Briconautes et affiliés ;
- La hausse des prestations de services liée à l'augmentation du volume d'affaires et d'achats des points de vente des réseaux et notamment à la performance commerciale des magasins 4 piliers.

## Résultat opérationnel courant / Résultat opérationnel

Pour cette dernière année du plan REBOND, dans la lignée des améliorations enregistrées depuis la mise en œuvre du plan de cession des magasins intégrés, le résultat opérationnel courant ressort à 22,0 M€, soit une marge opérationnelle courante de 8,0 %, contre 4,6 % un an plus tôt (et 6,2 % en données retraitées). Tenant compte de (0,3) M€ en opérations non courantes constituées principalement d'honoraires non récurrents liés à la finalisation du plan de cession, le résultat opérationnel s'élève à 21,7 M€, soit une marge opérationnelle de 7,9 %, comparé à une perte de (9,6) M€ publiée en 2019. Sur la base des comptes 2019 retraités, le résultat opérationnel du Groupe progresse de 66,2 %.

La nette amélioration des équilibres de gestion, liée à l'arrêt de l'activité "Commerces" et aux efforts déployés pour adapter l'organisation à sa nouvelle dimension, est boostée par les effets de la crise sanitaire à hauteur d'environ 2.5 à 3 points (chômage partiel aux 2<sup>ème</sup> et 3<sup>ème</sup> trimestre, report ou annulation de certains frais marketing, virtualisation des événements internes, principalement). Les ressources ainsi dégagées par le Groupe le confortent dans sa capacité à réduire progressivement son endettement tout en continuant à déployer des ressources pour soutenir le développement de ses adhérents et de ses réseaux.

## Résultat net

Le résultat financier à (5,0) M€ en 2020 est impacté d'une évolution de la marge sur taux d'intérêt dans le cadre du contrat de crédit syndiqué mis en place au quatrième trimestre 2019 compensé par l'absence en 2020 de coûts de mise en œuvre du refinancement. Compte tenu d'une charge d'impôt de (1,4) M€, le résultat après impôt des activités maintenues est de 18,0 M€, soit une marge nette de 6,6 %. Tenant compte du résultat après impôt des activités abandonnées pour (0,3) M€, le résultat net de l'exercice ressort à 17,7 M€, contre (26,3) M€ en 2019. Le redressement de la situation financière du Groupe est en marche. Le nouveau modèle d'affaires dégage comme attendu les marges de manœuvre nécessaires au soutien du développement des réseaux, et au remboursement de la dette.

## Endettement net

À fin 2020, le Groupe a utilisé sa capacité de tirage dans le cadre du contrat de crédit du 16 octobre 2019 et sa dette financière nette ressort à 76,8 M€ contre 78,6 M€ à fin 2019. Après le pic lié à la saisonnalité des achats enregistrés au 1<sup>er</sup> semestre, la dette financière diminue de 1,8 M€ en ligne avec les attentes du Groupe. La trésorerie du Groupe s'élève à 39,2 M€, incluant l'utilisation de la ligne de découvert de 3,0 M€.

Pour mémoire, suite à l'accord avec les partenaires bancaires concernant l'aménagement du contrat de crédit syndiqué signé le 16 octobre 2019, la maturité de l'ensemble des concours bancaires de Mr.Bricolage SA a été reportée à décembre 2026 (au lieu de décembre 2023 pour la plus grande partie des concours). A l'exception du crédit revolving de 40 M€ qui est remboursable in fine fin décembre 2026, la dette sera amortie selon un échéancier très progressif à compter de décembre 2022 et aucun covenant ne s'applique avant mi 2022.

## III – PERSPECTIVES 2021

Fort des très bons résultats générés en 2020, le Groupe Mr.Bricolage est entré dans cette année 2021 avec une structure financière renforcée et une compétitivité affûtée. Les tendances restent porteuses en ce début d'année mais le contexte est toujours marqué par la crise sanitaire. Aussi, le Groupe Mr.Bricolage ne communique pas d'objectifs financiers et tient compte d'un retour espéré à une situation plus ordinaire au cours de l'année 2021 qui devrait nécessairement s'accompagner d'une normalisation des dépenses opérationnelles, notamment en faveur des actions marketing et des initiatives pour soutenir le développement et la compétitivité des réseaux adhérents et affiliés.

Dans cette perspective, le Groupe se fixe comme objectifs de poursuivre et de renforcer :

- L'optimisation des services aux réseaux et le développement accéléré des actions créatrices de valeur : le renouvellement de l'offre et des outils de gestion des prix, l'uniformisation des systèmes d'information, le maintien des investissements marketing sur la marque Inventiv et le trafic en magasins ;

- Le développement du réseau de magasins sous enseignes et affiliés, en France et à l'international, pour réaliser voire dépasser l'ambition de 1000 points de vente en 2028 ;
- Le déploiement du concept 4 piliers au sein du réseau, incarnation du positionnement singulier de l'enseigne sur la proximité ;
- La transformation humaine des sièges et des réseaux pour faire vivre l'ambition d'être le leader de la proximité, en adaptant les postures et les pratiques, en capitalisant sur les compétences de tous les collaborateurs et en développant les talents.

### **Agenda financier**

L'Assemblée Générale des actionnaires de Mr.Bricolage se tiendra le 21 avril 2021 à 10h00 au siège social 1 rue Montaigne à La Chapelle Saint Mesmin (45). Dans le contexte sanitaire actuel, les modalités de participation à l'assemblée pourraient le cas échéant évoluer. Les actionnaires sont invités à consulter régulièrement la rubrique « Assemblée générale » du site de la société (<https://mr-bricolage.com/actualites/infos-reglementees/>) pour se tenir informés.

### **A propos de Mr.Bricolage**

Le groupe Mr.Bricolage, qui développe les enseignes à forte notoriété Mr.Bricolage et Les Briconautes, est le spécialiste du commerce indépendant en bricolage de proximité en France. Au 31 janvier 2021, le Groupe compte 879 points de vente, sous enseignes ou affiliés, dont 71 magasins répartis à l'international dans 10 pays. Mr.Bricolage SA est coté Euronext Growth Paris (code ISIN FR0004034320 - ALMRB).

### **Contacts**

- **Presse corporate** - Louise Chaulin, [louise.chaulin@gmail.com](mailto:louise.chaulin@gmail.com), 07 83 35 96 93
- **Presse financière, investisseurs** - Marie Calleux, [mrbricolage@calyptus.net](mailto:mrbricolage@calyptus.net), 01 53 65 68 68